COMMENT FAIRE UNE ÉMISSION DE RADIO

Le guide

Alliance Droits & Santé

RAES
www.ongraes.org

SOMMAIRE

1. FAIRE DE LA RADIO

2. LES GRANDS PRINCIPES RADIO

3. LE SON

4. MENER UNE INTERVIEW

5. FAIRE UN MICRO-TROTTOIR

6. TRAVAILLER DE LA VOIX

7. L'ÉCRITURE RADIO

8. LE CONDUCTEUR DU JOURNAL

1. FAIRE DE LA RADIO

LE SUJET DE REPORTAGE

Comme dans un journal ou à la télévision, on peut parler de tout à la radio. Certains sujets peuvent tirer profit des caractéristiques de ce média. Il faut apprendre à connaître les forces et faiblesses de la radio pour que les productions soient compréhensibles et convaincantes.

LES CARACTÉRISTIQUES DE LA RADIO

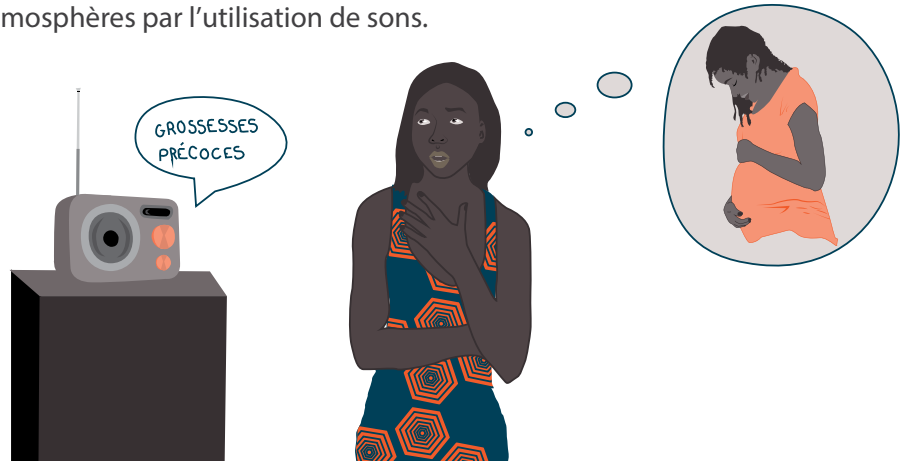
A chaque étape de la préparation d'un reportage radio, il faut donc tenir compte des contraintes et des avantages spécifiques à ce média.

Différent de la presse écrite :

- Il y a qu'une seule écoute. La compréhension doit se faire du premier coup.
- L'auditeur fait autre chose en même temps, il est donc souvent distrait.
- Le journaliste radio choisit et impose à l'auditeur les éléments qui lui semblent pertinents. L'auditeur peut seulement changer de station radio si le bulletin ne lui convient pas.

Différent de la télévision :

- L'auditeur est sollicité, il participe à l'émission.
- La radio lui laisse une part d'imagination, il se fabrique sa propre image mentale de ce qui est raconté.
- Sans image, la radio utilise des commentaires descriptifs et crée des atmosphères par l'utilisation de sons.



LES TERMES TECHNIQUES

Un journaliste doit maîtriser un certain nombre de techniques pour bien faire son travail. Mais être un as de l'interview ou de l'écriture ne suffit pas. Il faut inscrire son travail dans celui d'une équipe.

Voici quelques termes à connaître :

Chapo : Texte lu par le présentateur du journal pour introduire un reportage. Le chapo est aussi appelé lancement ou intro.

Pied : Texte lu par le présentateur après la diffusion d'un reportage et qui vient conclure le sujet. Le pied est aussi appelé extro.

Attaque : Début d'un sujet.
Chute : Fin d'un sujet.

Ouverture : Première information du journal.

Fausse ouverture : Terme utilisé quand la première information du journal n'a pas fait l'objet d'un titre.

Brève : Information qui n'est pas développée sous la forme d'un sujet complet.

Papier: Reportage écrit par un journaliste qui ne contient pas d'extrait d'interview.

Son : Reportage qui prend la forme d'un extrait d'interview.

Enrobé : Reportage qui mêle le papier et le son.

Conducteur : Document rédigé par le présentateur pour permettre au technicien de mettre en onde le journal.

Pour l'équipe d'une radio ce sont des mots de tous les jours, ce vocabulaire partagé est un des signes d'une culture commune. Partager une culture professionnelle c'est aussi respecter les procédures communes qui permettent au travail de chacun de s'inscrire dans la production du programme de la radio.

2. LES GRANDS PRINCIPES RADIO

LA RADIO EST UN MÉDIA « CHAUD »

Chaud au sens où c'est un homme, une femme, qui parle à d'autres, jeunes, adultes ou anciens. La radio donne l'information à chaud, quand l'événement se passe, mais il faut se méfier de la rapidité. Toute information doit être absolument vérifiée. L'Histoire nous a montré jusqu'où pouvait mener le non-respect de l'exactitude et de l'objectivité.

LE TON EN RADIO

En radio, nous parlons plus lentement qu'au quotidien. Nous devons faire naître des images, raconter, décrire. Nous devons être vivants : pas des machines à dire. En quelques mots un reporter peut vous décrire une place vide quittée précipitamment par une foule, et vous la voyez ! Avoir un style, une présence à l'antenne, demande beaucoup de travail.

LE RESPECT DES PERSONNES

L'exactitude

Le public a droit à la vérité et tout individu a droit à son honneur et à sa vie privée. Vérifiez tout. Vérifiez l'information que vous a donnée une première source auprès d'autres sources. Soyez précis, au mot près, pour une citation d'homme politique par exemple. A travers le monde, des lois très sévères condamnent la calomnie et la diffamation.

L'équilibre

Efforcez-vous de donner les différents points de vue, notamment dans le cas d'une question controversée, sociale, politique, économique…

La clarté

L'immense majorité de vos auditeurs a des préoccupations de survie. Son langage est simple. Efforcez-vous à ce que vos auditeurs vous comprennent.

Pas de commentaire

Le commentaire est un jugement de votre part, une opinion. Vous n'êtes pas là pour ça. Contentez-vous des faits. Ceux à qui vous donnez la parole commentent et donnent leur opinion, à nouveau : préservez l'équilibre.

Protection des sources

La diffusion de certaines informations délicates peut déplaire à des personnes ou des organisations de toute nature. Dans un tel cas de figure on dit que le journaliste doit « protéger ses sources d'information », c'est-à-dire garantir aux personnes qui lui donnent des informations qu'elles le font en toute confidentialité. Cette technique s'utilise quand c'est le seul moyen de diffuser une information capitale.

Restez en contact avec votre équipe, *à la station, les présentateurs, le rédacteur en chef ont besoin de savoir où vous en êtes pour la préparation du journal.*

3. LE SON

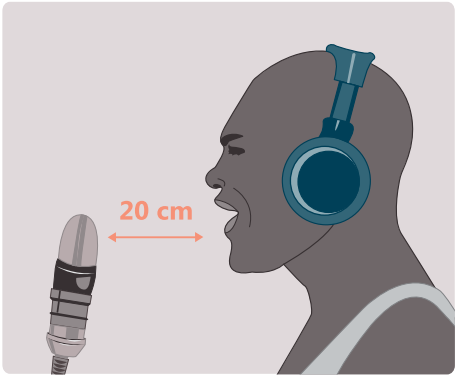
Pas de bonne radio sans une bonne qualité d'enregistrement. Pensez à vos auditeurs. Certains vous écoutent sur un vieux transistor et si le son est mauvais, ils changeront de fréquence.

COMMENT POSITIONNER LE MICRO ?

Les radios équipent leurs reporters de micros omnidirectionnels, des micros qui prennent tout. Ils sont faciles à manier. Il suffit de les approcher ou de les éloigner d'une source pour changer le son. En interview : on approche le micro de l'interlocuteur, à 20 centimètres de sa bouche.

COMMENT AVOIR UN BON SON ?

Avant de partir : **Vérifier votre matériel,** faites des tests micro, réécoutez l'enregistrement. Si possible, demandez une « bonnette » pour couper le vent**.**

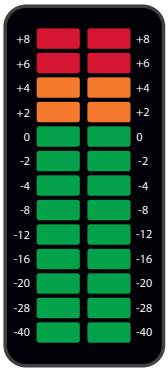


Sur le terrain : pour vous donner le temps de **régler le niveau de parole** de votre interlocuteur, demandez-lui de se présenter, de rappeler sa fonction, de dire un mot sur « la météo » par exemple.

Expliquez lui pourquoi : pendant ce temps vous **réglez votre niveau d'enregistrement en regardant le vu-mètre** sur votre enregistreur.

Pendant l'enregistrement : regardez régulièrement vos niveaux. Avant de quitter votre interlocuteur, **vérifiez la qualité de l'enregistrement.**

Pour les ambiances : travaillez avec **le casque** en regardant vos niveaux.

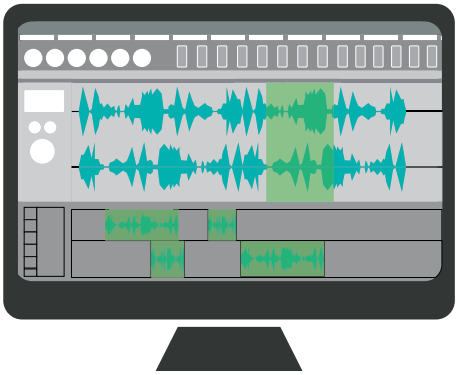


vu-mètre

son saturé

son moyen

son OK



COMMENT MONTER UN REPORTAGE ?

Le reportage se décline de trois façons : en papier, en son ou les deux. Il peut donner lieu aussi à une brève et s'accompagne d'un lancement. Le montage permet de réduire les enregistrements d'origine à la taille choisie de manière inaperçue. Le son est un extrait d'interview pas un résumé.

- Isolez la partie de l'interview qui correspond à l'angle.
- Copiez cette partie sur une nouvelle time-line. Il est important d'enregistrer-sous pour garder les sons bruts.
- Réduisez, éliminez les hésitations, les redites, vos questions si elles n'apportent rien. Tâtonnez pour arriver au format demandé : 30', 1 minute…

Un bon son ne trahit pas la pensée de l'interlocuteur. *Il se contente de raccourcir son propos en lui donnant du punch. Si vous avez un doute faîtes le écouter à un collègue ou à votre rédacteur en chef.*

4. TECHNIQUES D'INTERVIEW

L'interview se pratique tous les jours à la radio. C'est sa richesse de donner la parole à un maximum de gens. En tant que politiques, chefs d'entreprise, artistes, personnes ordinaires, ils réagissent à un événement, donnent leur avis.

MAIS COMMENT BIEN INTERVIEWER ?

Avant l'interview

- **Documentez-vous**, connaîssez votre sujet et le profil de l'interlocuteur.

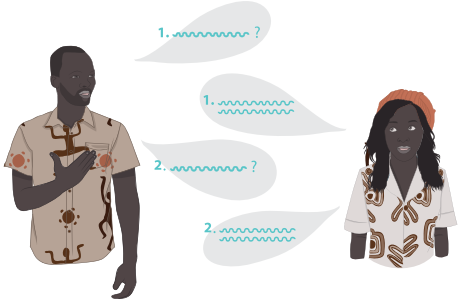
- **Préparez vos questions** , aidez-vous de notes pour les poser dans un ordre logique.

- **Présentez-vous,** que ce soit au téléphone pour prendre rendez-vous ou quand vous arrivez pour l'entretien. Dites qui vous êtes, pour qui vous travaillez, ce que vous allez faire de l'entretien (diffuser des extraits, une grande partie, l'intégrale…).

- **Mettez à l'aise votre invité** en lui disant l'angle que vous avez choisi, les thèmes que vous allez aborder.

Pendant l'interview

- **Posez des questions ouvertes.** Commencez vos questions par pourquoi ou par pensez-vous que… Cela permet d'éviter les réponses Oui/Non.

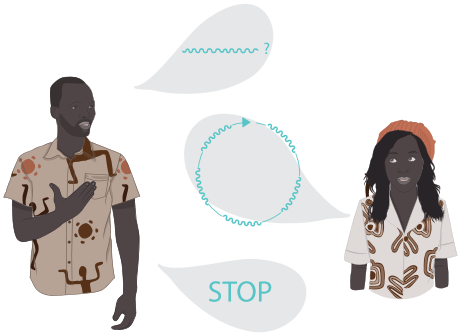


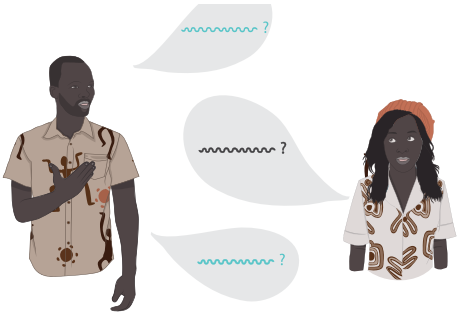
- **Posez une seule question à la fois.** Cela évite que l'interlocuteur ne réponde qu'à la dernière.

- Posez des questions, **n'affirmez pas votre position.** Pour avoir de bonnes réponses, vous aurez réfléchi aux questions les plus pertinentes possibles.

- Écoutez les réponses avec attention , il y a toujours des éclairages, des explications à demander.

- Sachez couper et interrompre poliment, le propre des hommes politiques c'est souvent de faire de grandes digressions pour ne pas répondre. Ramenez-les dans le chemin que vous vous êtes fixé, l'objet de votre entretien.





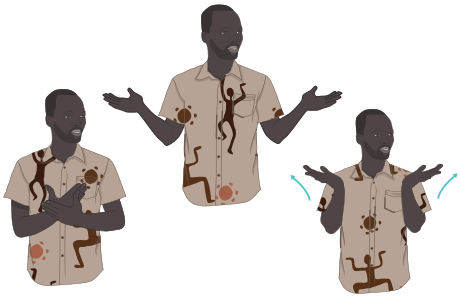
- Sachez aider votre interlocuteur : il y a des gens peu bavards ou intimidés par le micro, mettez-les à l'aise, reformulez vos questions.

- Si votre interlocuteur ne répond pas à la question ou s'il vous répond par une question, c'est que la question est gênante ou délicate. N'hésitez pas à reposer calmement votre question. **C'est vous le maître de l'interview.**

- Montrez que vous êtes intéressé par le regard et les gestes.

- Refusez les réponses lues/écrites, elles seront plus vivantes à l'oral sans lecture.

- Pensez au montage pendant l'interview : une bonne interview est une interview dont on peut extraire de bons sons.



5. FAIRE UN MICRO-TROTTOIR

QU'EST-CE QU'UN MICRO-TROTTOIR ?

Une radio est en contact avec ses auditeurs. Fréquemment, elle leur donne la parole. Le reporter **va les chercher dans la rue,** là où ils sont. C'est ce qu'on appelle un micro-trottoir ou **Vox Pop.**

- Un micro-trottoir est un document sonore qui regroupe, grâce à un montage, les réponses d'une série de personnes à une même question.
- « Vox Pop », cela signifie en latin **"voix du peuple"**. Ce sont donc des gens ordinaires qui s'expriment dans un Vox Pop. Ce ne sont pas des ministres, des avocats, des directeurs, des généraux ou des religieux.

Où faire un Vox Pop ?

Là où se trouvent les gens ordinaires : dans la rue, au marché, etc.

Quelle est la durée d'un micro-trottoir ?

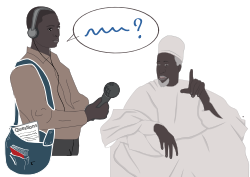
En général 1 minute et 30 secondes. Ou moins, si votre rédaction choisit le format de 1 minute.

COMBIEN DE PERSONNES S'EXPRIMENT ?

Six personnes est une bonne moyenne. Chaque personne s'exprime en moyenne une quinzaine de secondes. 6 multipliés par 15 secondes = 1 minute et 30 secondes. Si vous choisissez un format plus court : 4 à 5 personnes est un nombre suffisant.

COMMENT PRATIQUER UN MICRO-TROTTOIR ?

Il faut d'abord bien **choisir une question**. Ensuite il faut aller sur le terrain, au marché par exemple, et poser cette question à une série d'usagers du marché. Il ne faut pas poser plusieurs questions, vous ne faites pas une interview mais



un micro-trottoir. Il faut éviter de se présenter chaque fois au même endroit, à la même heure, **pour éviter d'avoir les mêmes opinions** provenant de la même catégorie de gens.

Comme le reportage, le Vox Pop s'accompagne d'un lancement qui introduit le **"Qui, Quoi, Où, Quand ?"** et la question posée, ainsi que l'angle. En général, le reporter écrit son lancement et le présentateur le réécrit pour le mettre dans sa voix.

Avant de prendre congé, **vérifiez votre enregistrement** : réécoutez la fin de l'interview pour voir si vous avez une qualité de son diffusable.

COMMENT PRÉSENTER UN MICRO-TROTTOIR ?

Un micro-trottoir n'est pas un sondage. Il n'a aucune prétention scientifique.
C'est une illustration, une image.
Il faut donc éviter les formules du genre : " les gens de telle ville ou tel quartier rejettent carrément cette option, comme en témoignent ces citoyens."

6. TRAVAILLER LA VOIX

FAUT-IL AVOIR UNE BONNE VOIX POUR FAIRE DE LA RADIO ?

De préférence oui, mais on voit des présentateurs avec une voix enrouée se distinguer **parce qu'ils savent l'utiliser.** En radio, il faut écrire pour sa propre voix, c'est le chemin le plus difficile à trouver.
Faites le test, écoutez vos voisins : certains parlent vite, d'autres lentement. C'est notre singularité d'être humain. En radio, il faut trouver le juste milieu.

QUE FAIRE POUR S'EXPRIMER CORRECTEMENT ?

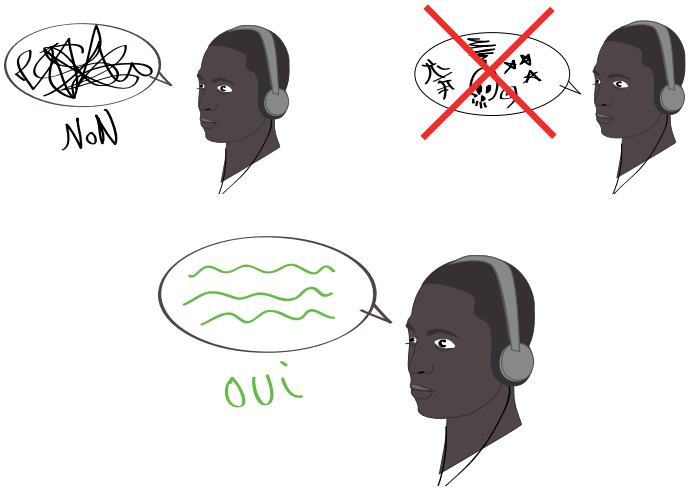
1. Adressez vous à quelqu'un

Vous n'êtes pas sur la place publique pour un discours, vous parlez à une personne. **Levez le nez régulièrement de votre papier** et regardez le technicien. Il peut vous faire signe de ralentir. En radio on parle plus lentement que dans la vie.

Restez courtois.

2. Rédigez pour parler

Il y a **une musique de la langue orale.** Pendant que vous écrivez, murmurez vos phrases pour trouver un style simple qui s'approche de votre manière de parler. Cela vous évitera hésitations au micro.



3. Sortez votre voix

Les premières fois au micro, on est timide. On lit son texte pour soi-même. La voix est morne, sans éclat. Sortir sa voix, cela ne veut pas dire crier, c'est **trouver le juste milieu** entre sa voix naturelle et le ton pour dire les nouvelles.

4. Entraînez-vous

Il faut se réécouter **en considérant sa voix comme un objet.** On peut demander l'aide d'un comédien, de collègues, du rédacteur en chef. La radio est une équipe, on doit pouvoir s'entraider pour s'améliorer.

5. Échauffer votre voix

Avant de passer à l'antenne, **relisez à haute voix votre papier.** Vous échauffez ainsi votre bouche et vos cordes vocales. Vous imprimez dans votre esprit la musique de votre texte. A l'antenne, vous l'avez dans la tête et cela coule tout seul.

6. Ne mangez pas le micro

On **parle à 20 centimètres du micro**. On **dégage une oreille de son casque** pour pouvoir s'entendre. L'autre sert à recevoir les ordres et à contrôler.

7. L'ÉCRITURE RADIO

La radio est un média rapide qui s'adresse à tout le monde, personnes cultivées ou illettrées. L'écriture doit donc être simple, courte, au présent… facile à écouter, facile à retenir.

La première règle c'est de bien comprendre l'information avant de rédiger. Si on n'a pas compris, on rédige mal. Bien comprendre pour bien rendre compte.

COMMENT PROCÉDER À L'ÉCRITURE ?

Commencez par l'info d'actualité. Vos auditeurs vous écoutent pour savoir ce qui se passe, il faut donc commencer chacun de vos textes avec une information fraîche et précise.

Accrochez vos auditeurs. La première phrase contient l'information d'actualité, mais elle doit également retenir l'attention. Veillez à ce que votre écriture soit accrocheuse, en particulier au début de chaque nouvelle.

Utilisez le présent. Le présent, c'est le temps du récit ; il est adapté au traitement de l'actualité et donne du dynamisme.

Rédigez des phrases courtes. Vos auditeurs doivent comprendre instantanément. Rédigez vos phrases sur le modèle : sujet/verbe/complément. Contentez-vous d'une idée par phrase.

Soyez précis. Vos textes doivent être courts, chaque mot est important. Utilisez donc le mot juste. Bien choisir ses verbes. Méfiez-vous d'être et avoir, verbes passe-partout et imprécis.

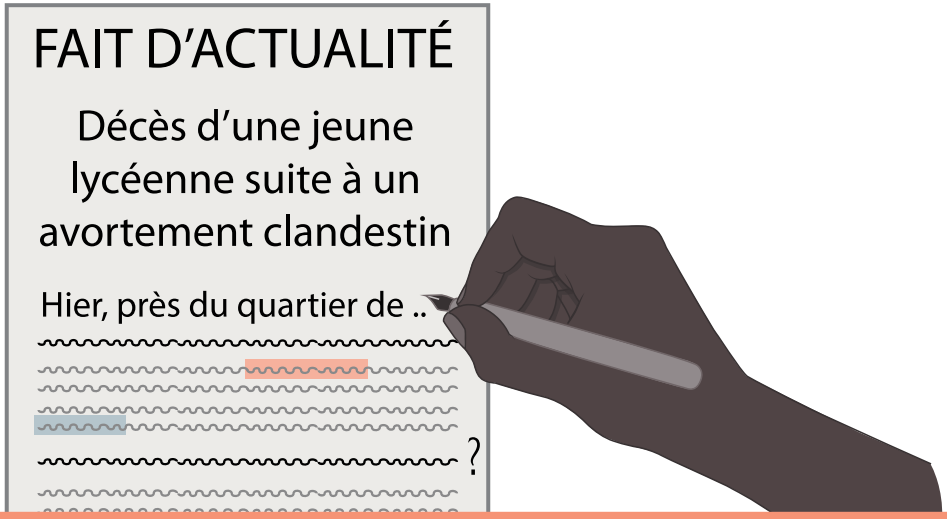
Contentez-vous des faits, proscrivez les commentaires. Vous n'êtes pas à l'antenne pour donner votre avis. Contentez-vous de décrire l'actualité et laissez vos auditeurs libres de leurs jugements.

Parlez avant d'écrire. Un journal radio est un exercice oral. Le présentateur dit les informations. Quand vous avez écrit votre texte, relisez-le à voix haute.

Si le résultat ne vous plait pas, modifiez le texte.

Adressez-vous aux auditeurs. Vous écrivez seul vos nouvelles, au micro vous n'avez pas de contact avec le public. Mais essayez toujours d'imaginer vos auditeurs. Est-ce qu'ils vont comprendre ? Essayez de vous adresser à quelqu'un. Si vous écrivez de cette façon, le public sentira que vous lui parlez et restera à l'écoute de votre journal.

Décrivez l'information. La radio sollicite l'oreille. Un texte bien écrit crée pourtant des images mentales chez celui qui écoute. Pour obtenir ce résultat, utilisez une écriture descriptive. Donnez à voir, sentir, toucher, entendre et goûter l'information à vos auditeurs.utilisez une écriture descriptive. Donnez à voir, sentir, toucher, entendre et goûter l'information à vos auditeurs.



CONSEIL

Malgré les apparences, la radio n'est pas un média oral : c'est vrai qu'on l'écoute, mais la plupart des choses que l'on entend à la radio ont été écrites.

Dans votre rédaction, prenez l'habitude avant l'antenne de vous lire vos textes entre vous, cela permet de voir si ça fonctionne, et s'il faut corriger. Faites de même avec vos reportages quand vous avez un doute. ***On s'améliore grâce aux autres.***

8. LE CONDUCTEUR DU JOURNAL

C'est la dernière étape avant de passer à l'antenne, il faut penser à tout. Dans la mesure où vous êtes très près l'enregistrement de votre émissionl, faites-vous aider.

Vous avez dans l'ordre à :

- Classer vos éléments (reportages, papiers enregistrés, ...) ;

- Les mettre par ordre dans un même dossier (si ça n'est pas déjà fait) ;

- Et, le plus important, écrire le scénario récapitulatif de votre émission pour le technicien, afin qu'il sache d'un coup d'œil ce que vous vous voulez.

QU'EST CE QUE LE CONDUCTEUR ?

Le conducteur est le document rédigé par le présentateur qui va permettre au technicien de mettre en onde l'émission. C'est le mode d'emploi.

QUAND LE REDIGER ?

Il faut rédiger le conducteur une fois que tous les textes sont écrits, que la hiérarchie des rubriques et des informations a été établie, que les différents éléments sonores sont identifiés et que l'habillage a été posé. Le conducteur est le tout dernier document rédigé avant le passage à l'antenne.

COMMENT LE REDIGER ?

L'utilisateur du conducteur, c'est le technicien qui réalise le journal ou l'émission. Le conducteur doit donc indiquer simplement et très précisément les différents éléments dans l'ordre de leur passage à l'antenne. C'est très synthétique : des mots, des temps, des numéros. Le conducteur doit indiquer également les différentes sources que le technicien va devoir utiliser.

Vous pouvez aussi demander à votre hiérarchie une grille-type à remplir

à la main. Très utile quand on est pressé. Dans le cadre de notre projet, le conducteur sert aussi de base d'échanges entre les partenaires à valider avant la production de l'émission. Dans ce cas, le conducteur comprend également les textes écrits : chapo, pieds, etc.

EXEMPLE

CONDUCTEUR

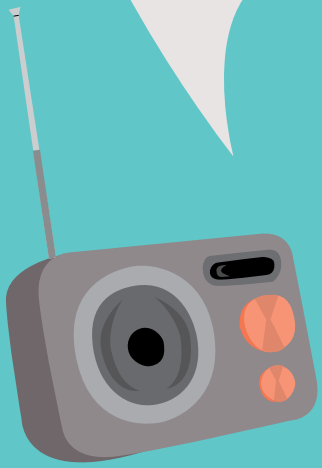
n°	Rubriques	Contenu	Intervenants	Durée
1	CONTEXTE DE L'ÉMISSION	Violences conjugales	Animateur, personnes ressources	00:30
2	INTERVENANTS	Présentations	Médecins, infirmières, témoins	02:00
3	DIFFÉRENTES PARTIES DE L'ÉMISSION	- Faits - Témoignages -Conclusion	Animateurs, personnes ressources	06:30
4	INSERT MUSICAUX	Piste 3 Piste 4	Technicien	01:00
DURÉE TOTALE DE L'ÉMISSION : 10:00				

Références :

Infos essentielles sur la radio et le journalisme
www.24hdansuneredaction.com

Banque d'illustrations scientifiques et didactiques WOORNA !
woorna.tumblr.com

Fiches infos et contenus media
www.sunukaddu.com



Alliance Droits & Santé

RAES
www.ongraes.org